

**Богославець О. Г.**, к.е.н, доцент,  
**Бойко Н. О.**, к.п.н., доцент,  
кафедра регіоналістики і туризму  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ЇХ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ**

Туристично-рекреаційна сфера, як вагома складова національної економіки, набуває дедалі більшого значення та стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Існування в країні одного з найбільших європейських споживчих ринків, лібералізація туристичних формальностей, так довго очікуваний безвізовий режим, водночас зменшення доходів населення обумовлює поживання попиту на вітчизняний туристичний продукт. Однак, зазначених особливостей для визначення головних пріоритетів стратегічного розвитку туризму в регіонах замало. Існує низка факторів і сучасних світових тенденцій, що суттєво впливають на бачення майбутнього туристичної сфери у світі та в Україні зокрема.

Зупинимось на найбільш суттєвих з них.

Постійним викликом для туристичної індустрії є мінлива демографічна ситуація та рівень життя населення. Вони мають вирішальне значення для формування попиту на туристичні послуги. Покоління періоду «буму народжуваності», що спостерігався після Другої світової війни, на сьогодні відноситься до людей третього віку. Дослідження компанії ADACReisemonitor, що займається моніторингом в секторі ту-

ризму та відпочинку, засвідчує, що до 2020 року кожному другому відпочиваючому буде понад 55 років. Туристичні фірми Європи готові поміняти свої пріоритети, орієнтуючись на людей похилого віку. Уподобання зазначеної категорії туристів різноманітні. З одного боку їхній вибір схиляється на користь курортів, де використовують систему «Allinclusive», організованих турів, які пропонують комфорт, логічну цілісність та вираженість витрат. Однак, серед пенсіонерів зростає число охочих займатися спортивним туризмом, дедалі більше людей похилого віку старше 55 років, що виїжджають за кордон з метою спробувати екстремальні розваги.

Поступові зміни стилю життя та сучасні технології західного суспільства впливають на потреби і поведінку туристів. Менеджери мають зважати на такі особливості ринку туристичних послуг, як:

- підвищення попиту на невеликі кімнати, оскільки статус не має настільки важливого значення, як раніше, а тенденція «повернення до витоків» передбачає вибір простих рішень – зміна готелю на бунгало, автоприцепу на намет. Усе більше поширюватиметься бажання мати «тиху гавань», що стимулюватиме потребу в купівлі другого дому, чому сприяє спрощення туристичних формальностей, зокрема зникнення кордонів у країнах ЄС[1].

- вирішального значення набувають мобільні додатки і адаптовані версії сайтів. On-line подорожі за допомогою смартфонів планують зараз 44% туристів світу.

- зміни у сприйнятті життя та його стилю призводять до зниження попиту на повністю організовані подорожі. Новим трендом при формуванні подорожі стає пізнання світу зсере-

дини, аутентіка місць. Збільшується інтерес до створення абсолютно нового продукту, концепції і послуги, які відрізнятимуться від інших доданою цінністю;

- посилення спеціалізації, яка пов'язана з орієнтацією на конкретні інтереси й захоплення. Наприклад, популярним у світі стає стиль *Leisere* – робота + відпочинок, де визначальним стає проведення вільного часу. Тренд *LOHAS* – багаті і здорові люди – переходить і на туризм, що вимагає більшої уваги до розробки турів екологічного та екстремального туризму. Уподобання туристів щодо відпочинку в екологічних місцях збільшує увагу до процесу районування, щільності населення, землекористування й планування забудови.

У європейських країнах регіональні і місцеві туристичні компанії, авіакомпанії, залізниці, готельні ланцюги сумісно обговорюють питання екології та проблеми поєднання економічного зростання і поваги до природоохоронних цінностей. Фахівцями туристичної сфери доведено, що регіональний менеджмент, який керується принципами екологічної сталості в господарській діяльності, більш успішний та прибутковий в порівнянні з іншими.

Беручи до уваги особливості щодо організації робочого часу, які полягають у зменшенні тривалості відпустки, але збільшенні їхньої частоти, місця відпочинку, що знаходяться поруч із урбанізованими зонами та опиняються поряд із сучасною транспортною інфраструктурою, зокрема швидкісною залізницею, отримують нові можливості для створення популярних туристичних дестинацій. Прикладом може бути туристичний комплекс «Мануфактура» у селі Ходосівка, недалеко від Києва, в який входять готель та аутлет-містечко,

об'єднані в єдиний архітектурний ансамбль.

Намітилися тенденції зростання кількості нетривалих сімейних подорожей недалеко від місця проживання родини або роботи батьків. Туристичний бізнес зреагував на них збільшенням кількості зон відпочинку неподалік від великих міст, що мають імідж «сімейного відпочинку». У них будуються тематичні парки, сімейні готелі, поширюються анімаційні послуги для дітей. Зокрема, в селі Копачі Обухівського району з неабияким успіхом працює «Парк Київська Русь» — розважальний парк і центр культури та історії. Щорічно в Парку проходять міжнародні фестивалі історичної реконструкції і чемпіонати зі стародавніх видів спорту. Під час таких фестивалів і змагань в історичному антуражі відтворюються середньовічні баталії, лицарські бої, демонструється обмундирування як давньоруських воїнів, так і середньовічних лицарів, також відтворюється культура і побут Київської Русі — покази етномоди, вогняні шоу, шоу кінних каскадерів, концерти середньовічної і етномузики, театралізовані вистави, хореографічні та музичні дійства, майстер-класи тощо.

Зростання фактору доступності туристичної дестинації та зручності відпочинку визначають популярність напрямів сучасного туризму. Крім часової доступності, вони враховують такі вагомі для туристів категорії, як: мовний бар'єр, цінову доступність, спеціалізовані зручності для певних типів туристів (інвалідів, людей похилого віку, дітей, а також, можливість отримання лікування, медичної допомоги). Прикладом нівелювання мовного бар'єру можуть бути деякі популярні нині курорти, які забезпечують обслуговування туристів в готелях, музеях, закладах харчування мовою країн,

жителі яких становлять найбільшу частку серед туристів регіону. В світовому турбізнесі, одним з яскравих прикладів ілюстрації зазначених тенденцій є Балеарські острови з вулицями, на яких розташовані німецькі бари, зорієнтовані на любителів пива саме з Німеччини [2].

Підвищення середнього рівня освіти позначається на зростанні інтересу до заходів, у яких суттєву роль відіграють мистецтво, культура й історія. Вони відзначаються більшими освітніми можливостями, пов'язаними з духовним розвитком, розширенням світогляду. З огляду на це очікується помітніше впровадження елементів мистецтва, культури, історії в організовані заходи та індивідуальні програми; потреба у більш якісній та креативній подачі інформації.

Дослідження суспільних змін та головних тенденцій, які впливають на уподобання та можливості туристів, відкривають перспективи для формування іміджу та певної цільової аудиторії регіону. Об'єктивна оцінка ресурсної бази туристичної дестинації, відсутність бажаних туристично-рекреаційних можливостей регіону дозволяє визначити напрями роботи турбізнесу зі створення конкурентного вітчизняного туристичного продукту, який одночасно буде орієнтований на велике коло споживачів українського та міжнародного туристичних ринків.

### **Список літературних джерел**

1. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник / Кіптенко В.К. – К. Знання, 2010. – 502 с.
2. Маркетинг городов. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы: монография / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005.– 382 с.